

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Філологічний факультет
Кафедра загального та прикладного мовознавства

Завідувач кафедри

____ Володимир ГУТОРОВ
(підпис) (ініціали, прізвище)
“ ” 2023 р.

Кольоропозначення у мовній картині світу українців

Кваліфікаційна робота
студентки 4 курсу
першого (бакалаврського) рівня
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.10 прикладна лінгвістика
освітньо-професійної програми
«Прикладна лінгвістика та англійська мова»
Ряднової Анастасії Віталіївни

Керівник
Дубовик Наталія Миколаївна,
канд. філол. наук, доцент,
доцент закладу вищої освіти
кафедри загального та прикладного
мовознавства

Оцінка
за національною шкалою _____

Кількість балів: _____

Голова комісії

(підпис) _____ Ігор ЧОРНИЙ
(прізвище та ініціали)

Харків – 2023

Зміст

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ КОЛЬОРОПОЗНАЧЕНЬ У МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ	7
1.1. Мовна картина світу: історія, характеристика, основні фактори впливу.....	7
1.2. Кольори як складник мовної картини світу.....	14
РОЗДІЛ 2. ВПЛИВ ВІЙНИ НА МОВНУ КАРТИНУ СВІТУ ВИМУШЕНИХ ПЕРЕСЕЛЕНЦІВ З УКРАЇНИ.....	20
2.1. Асоціативний експеримент як інструмент вивчення мовної картини світу	20
2.1.1. Асоціативний експеримент, історичний аспект.....	20
2.1.2. Методика проведення асоціативного експерименту	23
2.1.3. Аналіз результатів асоціативного експерименту	26
2.2. Кольороніми як складник мовної картини світу вимушених переселенців з України.....	27
ВИСНОВКИ.....	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	44
АНОТАЦІЯ	52

ВСТУП

Сучасна психолінгвістика охоплює безліч аспектів, у своїй роботі ми звертаємось до питання дослідження мовної картини світу та змін у ній. І хоч нам відомо, що перші спроби дослідження мовної картини світу з'явилися ще в античні часи, але світ змінюється і постійно виникають все нові й нові площі для психолінгвістичних досліджень. Наша робота зумовлена сучасними подіями в Україні. Через повномасштабне вторгнення, життя всіх українців кардинально змінилось: дехто втратив дім, хтось пішов на фронт, хтось вимушений був змінити місце свого проживання в межах країни або емігрувати. Наше дослідження охоплює останню категорію населення України.

Ми обрали асоціативний експеримент для свого дослідження. Ми вважаємо, що саме такий спосіб гарантує максимально об'єктивні результати, які лише можна отримати в таких умовах. Під «такими умовами» ми розуміємо неможливість зустрічі наживо з усіма респондентами і, в результаті, проведення експерименту в дистанційній формі. Ми також підтримуємо думку К. Юнга про те, що асоціативний експеримент може дозволити дізнатись інформацію, що знаходиться у людини на підсвідомому рівні, а тому через асоціативний експеримент можна отримати відповіді на питання, на які людина може відмовитись відповісти чесно при їхньому прямому формулюванні [О. Музика, 2010]. Ми досліджуємо кольороніми, які, на думку Г. Ващенка, можуть слугувати ідентифікатором змін у мовній картині світу людини [Г. Ващенко, 1976]. Ми ж погоджуємося з цією думкою, адже більшу частину інформації людина отримує завдяки зору і перше судження про річ або людину також формуються завдяки кольору.

Актуальність роботи полягає в необхідності відстеження психологічного стану українців в умовах повномасштабної війни. Наша робота уможливило відстеження змін у мовній картині світу українців-переселенців і завдяки нашому дослідженню в майбутньому можливо буде порівнювати мовні картини світу українців до війни, в період повномасштабного вторгнення та після. У своїй роботі ми вважаємо переселенців такою соціальною категорією, емоційний стан представників якої є одним з найуразливіших, саме цим і були зумовлені параметри відбору респондентів.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Кваліфікаційну роботу виконано в науковому семінарі «Основи психолінгвістики» на кафедрі загального та прикладного мовознавства Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Мета й завдання дослідження. Мета роботи полягає в дослідженні мовної картини світу українців та в її перевірці на наявність змін, зумовлених повномасштабним вторгненням. Наукова розвідка зосереджена на вивченні впливу війни на мовну картину світу українців-переселенців та загального стану мовної картини світу українців, які були вимушені змінити місце свого перебування через бойові дії.

Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань:

- 1) опрацювати теоретичну базу за обраною темою, визначити фактори впливу на мовну картину світу, оцінити роль кольоропозначень в мовній картині світу;
- 2) провести вільний асоціативний експеримент серед українців-переселенців;
- 3) опрацювати та схарактеризувати отримані результати, визначити вплив війни на мовну картину світу шляхом визначення кількості реакцій, пов'язаних з Україною, війною та українською політикою.

Об'єкт дослідження – асоціативні зв'язки як оприявлення мовної картини світу українців-переселенців в умовах війни в Україні.

Предмет дослідження – об'єктивовані асоціативними реакціями кольоропозначення та їхнє місце у мовній картині світу українців, що стали вимушеними переселенцями.

Методи дослідження. У своїй роботі ми використовували емпіричні та теоретичні методи дослідження. Основним методом дослідження став вільний асоціативний експеримент, проведення якого забезпечило нас реакціями українців-переселенців на базові кольоративи. Після проведення експерименту ми використовували такі теоретичні методи як аналіз та класифікації. За допомогою кількісного аналізу ми мали змогу встановити конкретні статистичні дані щодо отриманих реакцій, які ми класифікували з точки зору морфології, семантики, парадигматики, тощо. Описовий аналіз дав нам змогу описати отримані результати й висловити наші думки та припущення щодо отриманих реакцій. Метод класифікацій дав нам змогу розбити всі отримані реакції на лексико-тематичні групи. Крім того, цей метод дав нам можливість розділити реакції на дві групи: ті, які пов'язані з Україною, війною та українською політикою, та ті, які не стосувались вищезазначених семантичних полів, що дало нам змогу визначити як вплинула війна на мовну картину світу українців.

Наукова новизна полягає в тому, що вперше у сучасній вітчизняній психолінгвістиці досліджується мовна картина світу українців, що є вимушеними переселенцями. Крім того, здійснюється спроба простежити вплив війни в Україні (що почалась у 2022 році) на мовну картину світу українців за допомогою перевірки отриманих реакцій на наявність слів, пов'язаних з семантичними полями війна, Україна, українська політика.

Практичне значення одержаних результатів. Наша розвідка забезпечує матеріалом для подальших досліджень та відстеження мовної картини світу

українців, психологічного стану українців-переселенців. У майбутньому наша робота може бути використана для порівняння змін мовної картини світу українців до війни, в період війни та після неї. Сьогодні та в майбутньому результати нашого дослідження можуть використовуватись лінгвістами, соціологами, психологами під час досліджень мовної картини світу, психологічного стану українців, тощо (під час розгляду схожих питань). Спостереження, узагальнення, результати проведеного експерименту, зроблені висновки можуть знайти своє застосування у межах спецкурсів із психол-, соціо- та когнітивної лінгвістики, а також при укладанні асоціативних словників.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження обговорювались на науковому семінарі «Основи психолінгвістики», на Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації» (31 січня 2023 р., Університет Григорія Сковороди в Переяславі, Переяслав).

Публікації. У співавторстві з Н. Дубовик було опубліковано статтю Методика дослідження колоронімів у мовній картині світу українців в умовах війни // Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації. – 2023. – №90. – С. 184–187.

Структура роботи була створена відповідно до поставленої мети та завдань. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків і списку використаних джерел, в кінці – анотація. Обсяг кваліфікаційної роботи – 42 сторінки основного тексту та 8 сторінок списку використаних джерел (66 позицій).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ КОЛЬОРОПОЗНАЧЕНЬ У МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ

1.1. Мовна картина світу: історія, характеристика, основні фактори впливу

В умовах антропоцентричності сучасної науки, картина світу все частіше опиняється у фокусі уваги сучасних дослідників. Існує безліч означень, що додаються до картини світу, адже цим поняттям оперують в багатьох галузях науки: біологічна картина світу, індивідуальна картина світу, наукова картина світу, тощо. Важко виокремити одне визначення, різні дослідники по різному трактують картину світу, це напряму залежить від наукової галузі та цілей, що дослідник ставить перед собою. Декотрі з них навіть прирівнюють поняття «свідомість» та «картина світу» [Н. Галунова, 2012]. Однак в нашому дослідженні ми схильні розрізняти ці поняття.

Перші згадки терміну картина світу припадають на XIX-XX століття в працях фізика В. Герца. Він характеризує картину світу як внутрішні судження людини щодо зовнішніх об'єктів [О. Селіванова, 2010]. Деякі дослідники вважають Л. Вітгенштайна вченим, який ввів поняття «картина світу». Він писав, що картина світу це картина фактів, які віддзеркалюють будову реальності або її окремих елементів [Л. Вітгенштайн, 1995]. Але багато науковців спростовують цю думку, зазначаючи, що на погляди та світогляд Л. Вітгенштайна вплинули праці Г. Герца [І. Саєвич, 2012].

Однак незалежно від того хто першим увів цей термін, сьогодні існує велика кількість різних думок щодо картини світу. Серед науковців, що досліджували картину світу можна виокремити: В. Русанівського [І. Заремська, 2011], С. Денисову [Н. Галунова, 2012], О. Колесника

[І. Заремська, 2011], В. Іващенко [Н. Галунова, 2012]. Не дивлячись на різні формулювання, у всіх цих визначень існує певна спільна ідея: картина світу – відображення навколишнього світу, людського буття чи його ментальних представлень у свідомості людини [Н. Галунова, 2012]. Саме цим терміном активно оперують у філософії, лінгвістиці, психології.

Говорячи про картину світу, науковці виділяють концептуальну картину світу та мовну картину світу. Поняття концептуальної картини охоплює більше аспектів, як порівняти з поняттям мовної картини світу. І хоч різниця між ними досить умовна, вважаємо за необхідне не ототожнювати їх.

Концептуальна картина світу – це віддзеркалення дійсності у свідомості людини за допомогою концептів. Концептами, в свою чергу, називають абстрактні поняття, що стосуються структури навколишнього світу [А. Середницька, 2016].

Зважаючи на лінгвістичний характер нашого дослідження, зупинимося на взаємозв'язку концептуальної картини світу та мовної. Мовна картина пояснює концептуальну картину світу, тобто вона є відображенням концептуальної моделі через систему мовних знаків. Мається на увазі, що концепти самі по собі є абстрактними та необмеженими, а мовна картина обмежує ці концепти мовними засобами (лексичними одиницями) та поміщає когнітивні універсалиї в рамки мови [О. Новосадська, 2013]. Концептуальна картина світу є глобальною, спільною для всіх людей, саме мовна картина надає їй конкретного забарвлення через такі складники мовної картини як історичний досвід, національна культура, менталітет народу, тощо [А. Середницька, 2016].

Не безґрунтовно дослідники визначають концептуальну картину світу ширшою за мовну, адже у творенні концептуальної моделі беруть участь всі типи мислення, а в мові людей не завжди знаходяться письмові чи усні позначення на кожен аспект, пізнаний свідомістю [О. Хорошун, 2011].

На основі вищевикладеного можемо зазначити, що основною відмінністю мовної та концептуальної картини світу є форми відтворення дійсності. Для концептуальної картини – це концепти («когнітивні універсалії», поняття), а для мовної – «знання, закріплені в семантичних категоріях і семантичних полях, складених зі слів і словосполучень» [О. Хорошун, 2011].

Розглянемо детальніше питання мовної картини світу. Її дослідженням займалось багато науковців, серед яких О. Потебня, О. Горошко, О. Селіванова, Л. Лисиченко, І. Голубовська, В. Жайворонок, М. Кочерган, А. Залізник, тому сьогодні існує багато визначень поняття мовна картина світу.

В. фон Гумбольдт був одним з перших, хто звернув увагу на мовну картину світу. Він розглядав мову як унікальний орган сприйняття навколишнього світу та дійсності [М. Філон, 2013]. Кожна мова має свою національно-специфічну забарвленість залежно від культурної специфіки і тому вона є компонентом, який доповнює картину світу кожного народу, додаючи оригінальну національну свідомість до понять концептуальної картини світу [А. Середницька, 2016].

Розробки В. фон Гумбольдта стали підґрунтям для Е. Сепіра та Б. Ворфа під час висунення їхньої гіпотези лінгвістичної відносності. Вона, навпаки, полягала не в тому, що мова є «органом», який сприймає навколишню реальність і залежить від особливостей культури, а в тому, що люди бачать навколишній світ через «призму рідної мови», а культурна специфіка є результатом розвитку рідної мови [І. Живіцька, 2010]. О. Потебня мав схожі погляди. На його думку, мова також була не просто інструментом сприйняття, а визначальним фактором, від якого залежало яким буде сприйняття навколишнього світу [І. Шкоріна, 2016].

Якщо розглядати мовну картину світу в світлі сучасних досліджень, отримуємо наступні визначення.

Мовна картина світу – це «спосіб концептуалізації дійсності», який відображає у мові уявлення про навколишній світ [Н. Ашиток, 2010].

Мовна картина світу – це «характер віддзеркалення в мові концептуальної картини світу й мовні засоби вираження знань про неї» [Л. Лисиченко, 2004].

Мовна картина світу – це мовні одиниці, пов'язані між собою, які відбивають відносно об'єктивну дійність через стилістику, граматику, тощо [В. Жайворонок, 2004].

Мовна картина світу – це «представлення предметів, явищ ... в певних знаках, категоріях, явищах мовлення, що є семіотичним результатом концептуальної репрезентації дійсності в етносвідомості» [О. Селіванова, 2010].

Мовна картина світу – це «глобальний образ, вона являє собою основу світобачення, світовідчуття і реалізується в різноманітних формах людської поведінки, до яких належить і людська мова» [І. Живіцька, 2010].

Мовна картина світу – це «світовідчуття і світорозуміння, яке виражається за допомогою мовних знаків, вербалізована інтерпретація мовним соціумом навколишнього світу» [І. Голубовська, 2004].

Отже, як бачимо, формулювання різняться, але головна ідея залишається спільною: мовна картина світу – це відображення реальності через мову. Крім того, спільним залишається те, що дослідники розглядають мовну картину світу не як щось окреме, обмежене, віддалене, а у поєднанні з національною культурою, історичним досвідом, менталітетом [Н. Галунова, 2012].

Отже у підсумку до всього вищевикладеного можна зазначити, що основними, але не єдиними факторами мовної картини світу, від яких напряму залежить мовна картина світу кожного народу, є географічний фактор і, відповідно, національно-специфічна свідомість [І. Чернишенко,

2007]. До інших складників мовної картини світу можна віднести вік, гендер, мовний складник, оцінний компонент [Н. Галунова, 2012].

Якщо звернутись до питання визначення гендеру у психолінгвістиці, у своїй розвідці ми орієнтуємося на визначення Л. Малеса, який визначає гендер як «узагальнені образи маскулінності і фемінності» [Л. Малес, 2004].

Теорія щодо того, що мовна картина світу залежить від гендеру тієї чи тієї людини знаходить підтвердження у багатьох дослідженнях. Так, зокрема, Ф. Бацевич у своїй праці «Основи комунікативної лінгвістики» висвітлює різницю між мовленням чоловік та жінок. Він зазначає, що для більшості чоловіків притаманна стриманість емоцій у мовленні, домінантність, певна стабільність, «сухість», простота конструкцій. Для чоловік головне інформація, для жінок – спосіб подання цієї інформації [Ф. Бацевич, 2004]. Більшість жінок не обмежує своє виявлення почуттів, їхнє мовлення більш емоційно-забарвлене, гіпербалізоване, мовленнєві конструкції жінок складніші та різноманітніші. Жінки від народження здатні пристосовуватись до ситуацій, використовуючи доречні мовні засоби залежно від обставин [Л. Корнева, 2013].

Ще одним фактором впливу на мовну картину світу є емоційний стан. Ще в минулому столітті ставлення до дослідження питання пов'язаності мови та емоцій не сприймалось в достатньо серйозній мірі. Була прийнятною думка, що емоції не мають суттєвого впливу на особистість людини, на її мову та, зрештою, на мовну картину світу особистості [М. Блажко, 2019].

Однак сьогодні сучасна лінгвістика має достатню кількість досліджень, які підтверджують, що емоції, як психологічний процес, напряду пов'язані з мовною свідомістю людини і грають суттєву роль у формуванні мовної картини світу [Т. Крисанова, 2014].

Емоції розглядаються як реакція людини на оточуючий її світ, це оцінка довкілля, це відношення людини до об'єктів дійсності, яке може носити як позитивний так і негативний характер [Ж. Краснобаєва-Чорна, 2018].

Дослідження впливу емоцій на картину світу досягли такого поширення, що деякі дослідники навіть почали оперувати поняттям емотивної картини світу як різновидом мовної картини світу. Емотивну картину світу вважають «емоційним осмисленням» навколишнього світу, яке через різноманітні процеси мислення впливають на мову [О. Кольцова, 2021].

Віковий фактор також відіграє важливу роль у формуванні мовної картини світу. Підтвердження цьому знаходимо у працях Н. Галунової [Н. Галунова, 2012], А. Акуленко [А. Акуленко, 2007], М. Асаула [М. Асаула, 2008], Г. Занько [Г. Занько, 2014], в працях яких досліджено мовну картину світу дітей. Деякі дослідники зазначають, що дитяча мовна картина світу ще не є повністю сформованою, а причиною цього є нестабільність емоційного стану та ще не узгоджене і не чітке світобачення. Крім того, дітям бракує життєвого досвіду, який вже є у дорослих [Т. Піроженко, 2012].

Н. Бутенко у своїй праці «Словник асоціативних норм української мови» зазначає, що дорослі віком від 18 до 25 років мають усталену мовну картину світу, а тому подальші зміни не зможуть суттєво вплинути на їхню мовну картину світу [Н. Бутенко, 1979].

Однак в своєму дослідженні ми схильні вважати що кардинальні зміни навколишнього середовища можуть і впливають на емоційний стан і тим самим змінюють мовну картину світу. Тому у нашій розвідці ми проводимо дослідження того як війна в Україні, яку ми вважаємо кардинальними і критичними змінами в оточенні, вплинула на мовну картину світу українців і чи мав місце такий вплив взагалі.

Мовну картину світу часто асоціюють з мовною свідомістю. По-перше, варто зазначити, що ми, як і багато інших науковців, не ототожнюємо

поняття «свідомість» та «мислення». Під час своєї дослідницької роботи ми дотримувались думки про те, що «свідомість» – статична, а «мислення» – динамічне, хоч сьогодні в лінгвістичних дослідження й досі не описана чітка відмінність цих понять [Н. Галунова, 2012].

Термін «мовна свідомість» вперше був використаний ще у 80-х роках минулого століття. Сьогодні багато науковців визначають мовну свідомість як «сукупність образів свідомості, матеріалізованих мовними знаками», тим самим прирівнюючи мовну свідомість до мовної картини світу [Л. Гнатюк, 2007]. Ми у своєму дослідженні схильні розглядати мовну свідомість як систему індивідуума, яка керує мовними процесами людини, формулює, зберігає, опрацьовує, поєднує одиниці мови [О. Селіванова, 2006]. Першим подібне визначення мови сформулював Г.Ейлер [П. Селігей, 2009].

Отже мовну свідомість найчастіше розглядають як: а) мовну картину світу; б) механізм керування мовними процесами та бачення мовної дійсності в цілому. Дослідники вважають, що мовна свідомість полягає не просто в описі мовою навколишнього світу, а у відображенні реальності за допомогою мовних одиниць [Н. Галунова, 2012].

Г. В. Ейгер визначив такі функції мовної свідомості: регулятивно-керівну, інтерпретаційну, орієнтувально-селективну, оцінну і відображувальну [Т. Коць, 2017]. У запропонованому дослідженні нас цікавить відображувальна функція, яка полягає у створенні мовної картини світу та її вербалізації.

Відповідно мовна свідомість вміщує у собі слова, дослідження значень яких відбувається різними способами. У психолінгвістиці дослідники виділяють 5 підходів дослідження значень слів: ситуативний, параметричний, ознаковий, прототипний та асоціативний [Н. Галунова, 2012].

Для нашого дослідження ми обрали асоціативний підхід. Адже на нашу думку, саме завдяки дослідженню асоціативних зв'язків ми маємо змогу

проаналізувати зміни у свідомості людини, які стали реакцією на певні внутрішні чи зовнішні фактори. У нашій науковій розвідці таким фактором є війна, тому за допомогою вільного асоціативного експерименту ми досліджуємо як саме змінилась мовна картина світу українців-переселенців під час війни.

1.2. Кольори як складник мовної картини світу

Людина сприймає навколишній світ завдяки своїм органам чуттям і всі вони є важливими. Запахи, звуки, смаки грають надзвичайно важливу роль у створенні мовної картини світу. При цьому значний внесок у формування моделі світу вносить зір людини. Основну інформацію людина отримує завдяки своїм очам. Так людина оцінює розмір, форму, колір і це дає їй можливість сприймати та оцінювати той чи інший аспект навколишньої дійсності.

Колір відіграє важливу роль в житті людей. Наше існування так тісно переплетене з колористикою, що люди вже навіть не помічають цього. Саме колір привертає нашу увагу на біл-бордах, саме за кольором ми спочатку оцінюємо одяг, а вже потім дивимося на фасон, крій, тощо. Колір впливає на ставлення до того чи того предмету чи людини. Тому не дивно, що він є об'єктом уваги різних галузей наук.

Так як наше дослідження носить лінгвістичний характер, то ми розглядаємо кольоропозначення в мовній свідомості українців. Звертаючись до історії питання кольору, бачимо, що перші припущення з'явилися ще в античні часи. Філософи наводили різні визначення. Для когось колір був поєднанням білого та чорного. Дехто вважав, що існує три базових кольори (чорний, червоний та чорний), а всі інші створювались завдяки їх

змішуванню [О. Обуховська, 2020]. Такі твердження надовго затримались в науковому світі, допоки відомий фізик Ньютон у XVII столітті не запропонував свої власні результати дослідження. Йому вдалось розкласти сонячний промінь на 7 основних кольорів (червоний, помаранчевий, жовтий, зелений, блакитний, синій, фіолетовий), так він довів, що кольори відрізняються один від одного та залежать від довжин світлових хвиль.

Лінгвісти зацікавились питанням кольору лише у XIX столітті. В. фон Гумбольдт, Е. Сепір, Б. Уорф стали прибічниками теорії, що різні народи по різному бачать та сприймають кольори залежно від свого культурного досвіду, своєї історії, тощо. Таке визначення стало наслідком з їхньої гіпотези лінгвістичної відносності, згаданої вище [B. Whorf, 1933]. Однак Б. Берлін та П. Кей, провівши монументальне дослідження, спростували твердження про унікальність сприймання кольору кожного народу. У своєму дослідженні вони дослідили кольороніми 98 мов і провели експеримент серед представників з 20 країн світу. В ході свого дослідження науковцям вдалось визначити 11 категорій базових кольорів, які існують в найпростішому лексиконі представників всіх досліджених ними мов. Результатом їхньої роботи стало визначення наступних універсальних базових кольорів, незалежно від загальної кількості кольоронімів в тій чи іншій мові: чорний, білий, червоний, зелений, жовтий, синій, коричневий, рожевий, фіолетовий, помаранчевий та сірий [B. Berlin, 1969].

Ця теорія знайшла підтримку в науковому світі. Але деякі науковці виступили проти цієї гіпотези, висунувши свої власні аргументи. Так, наприклад, А. Вежбицька зазначила, що сприймання кольорів і терміни на позначення кольорів не можуть бути універсальними для всіх мов принаймні тому, що поняття «кольору» саме по собі не є універсальним [Л. Шевченко, 2011].

У своєму дослідженні ми будемо дотримуватись думки І. Ковальської, яка визначає колір як «лексему, денотативним значенням якої є ознака кольору» [І. Ковальська, 2001].

О. Дзівак розрізняє два види кольоронімів: основні та «опосередковані». Опосередковані кольороназви використовуються на позначення відтінків [О. Дзівак, 1975]. Основні кольороніми поділяються на хроматичні та ахроматичні. Наразі не існує одностайної думки щодо того скільки та які кольороназви належать до тієї чи тієї групи, адже різні науковці дотримуються різних точок зору. Деякі дослідники вважають, що основних кольорів всього 7: чорний білий, сірий, червоний, зелений, жовтий та синій [О. Дзівак, 1975]. В той час як інші налічують 11 основних кольорів: чорний, білий, сірий, червоний, зелений, жовтий, синій, коричневий, рожевий та фіолетовий [А. Іншаков, 2013]. Виходячи з вищесказаного, вважаємо, що основні кольори включають в себе 2 ахроматичних (чорний та білий) кольори та 7 хроматичних (всі кольори веселки).

У маркетингу кольори також займають чільне місце і напряму впливають на споживача. Так, наприклад, дослідження «Вплив кольору в маркетингу» показало, що правильно підібраний колір гарантує з 90 відсотковою вірогідністю швидку покупку того чи іншого товару [Є. Маліченко, 2015].

Тому працюючи з рекламою, варто знати основні правила «маркетингової колористики». Наприклад, серед кольорів, які найчастіше привертають увагу, можна назвати бірюзовий, синій, фіолетовий [С. Махнуша, 2011].

Підбираючи колір для своєї реклами, варто також враховувати такі параметри, як, наприклад, вік аудиторії, на яку орієнтований продукт, стать, матеріальне становище, місце перебування, тощо [І. Чумак, 2015].

Доволі часто кольороніми використовувались у психологічних дослідженнях. В. Гете у своїй праці «Вчення про колір» досліджує процес впливу кольору на психологічний стан людини. Він детально розглядає всі

базові кольори і розділяє їх на дві групи. Перша група може активувати людину, помаранчевий, жовтий та інші світлі барви підіймають настрій, а друга група, до якої Гете відніс синій, червоно-синій та інші темні кольори, навпаки, заспокоює людину і може навіть зробити її сумною. Зелений колір, на думку дослідника, все ж залишається нейтральним [J. Goethe, 1810]. Такі його погляди певним чином перегукуються з кольоротерапією давніх людей. Так давні єгиптяни пропонували лікувати кровотечу синім кольором, який мав би заспокоїти і зупинити кров, проблеми зі шлунком – жовтим кольором, а скарлатину – червоним кольором [М. Абрамович, 2009].

І навіть вже пізніше такі погляди знаходили відображення в працях вчених. Е. Бабіт припускав, що блакитний колір може допомогти у лікуванні психічних розладів, а жовтий лікує проблеми зі шлунком [E. Babbitt, 1878]. Г. Лангдорф стверджував, що блакитний колір має властивість розширювати судини, в той час як червоний колір має протилежний ефект [C. Diemer, 2014].

І досі поширеним залишається тест М. Люшера, який полягає у визначенні психологічного стану людини [Я. Вишницька, 2019]. Людині наводиться список кольорів та пропонується розставити кольори по порядку від найприємнішого до найогиднішого [О. Обуховська, 2020]. Той факт, що цей тест залишається актуальним і в наші дні доводить, що емоційний стан людини, її національно-культурні особливості можна визначити за допомогою кольорів. А отже через кольороніми ми маємо змогу дослідити і мовну картину світу людини.

Ми вже згадували про те, що мовна картина світу залежить від національно-культурних реалій, від історичного досвіду, тощо. Тож можна зазначити, що й символіка кольорів може мати національно-культурне забарвлення. Отже ми схильні підтримувати погляди А. Вежбицької щодо

того, що, дійсно, люди можуть по різному сприймати кольори залежно від їхньої культурної специфіки, історії, релігії, тощо [Л. Шевченко, 2011].

Г. Ващенко зазначає, що використання кольорів у різних сферах нашого життя таких як, наприклад, релігії, мистецтві, літературі, напряду залежить і варіюється відповідно до змін у свідомості людини, від того на якому рівні розвитку знаходиться та чи інша людина або нація [Г. Ващенко, 1976]. Підтвердження цьому знаходимо у різних культурах та релігіях. Так, наприклад, для представників давньої Індії червоний колір був символом врівноваженості, витримки, в той час як блакитний був втіленням рівноваги та миру. Представники буддизму сприймали червоний колір як певну радість, свято. Для них блакитний колір був символом розуму та мудрості, а зелений – символом хоробрості та відваги. Католики сприймають червоний колір як знак строгої віри, а блакитний – як втілення умиротворіння. Для християн червоний колір є символом пристрасті, гніву та вогню, а блакитний – безмежності та неосяжності. Зелений колір втілює буття та молодість [О. Отич, 2017].

Вже традиційним для наочного наведення різниці є приклад кольору жалоби. Так у нас кольором жалоби є чорний, в той час як у народів Сходу траурним є білий колір, а у деяких представників мексиканської культури – жовтий або червоний. З таких прикладів ми розуміємо, що чорний це не завжди про смерть, траур і горе, в деяких країнах цей колір означає святкування, в деяких справедливість, а деякі народи сприймають його як символ елегантності [Ю. Веклич, 2013].

Отже з усього вищевикладеного можемо зробити висновок, що в будь-якій галузі науки колір залишається проблемою, яка вимагає комплексного та детального дослідження.

Ми в своїй роботі не ставили собі за мету порівняти мовні моделі світу тих чи інших народів. Наша наукова розвідка присвячена вивченню динаміки

мовної картини світу українців під час війни через дослідження їхньої реакції на базові кольори. Адже, очевидно, якщо існують зміни у сприйнятті кольорів, то наявні зміни і у мовній картині світу українців.

РОЗДІЛ 2. ВПЛИВ ВІЙНИ НА МОВНУ КАРТИНУ СВІТУ ВИМУШЕНИХ ПЕРЕСЕЛЕНЦІВ З УКРАЇНИ

2.1. Асоціативний експеримент як інструмент вивчення мовної картини світу

2.1.1. Асоціативний експеримент, історичний аспект

Асоціативний експеримент має довгу історію, його дослідженням займалось багато психологів, лінгвістів, філософів. Та виникнення його пов'язують з іменем античного філософа Аристотеля. Саме він звернув увагу на те, що іноді в людей з'являються певні образи без впливу жодних зовнішніх причин. Він припустив, що ці образи з'являлись з асоціацій. Аристотелем була створена класифікація асоціацій за схожістю, послідовністю в часовому вимірі та розбіжністю [Т. Недашківська, 2013].

Т. Гоббс, однак, не повністю погоджувався з такою класифікацією Аристотеля. Він вважав, що в світі існують лише матеріальні тіла, рух яких відбувається відповідно до законів механіки, відкритих Галілеєм. В свою чергу ці матеріальні тіла викликають певні відчуття в людини. Асоціації для нього були зв'язком між ланцюжками думок, які йшли одна за одною відповідно до порядку відчуттів, викликаних матеріальними тілами [О. Коханова, 2016].

Для Дж. Локка асоціації стали одним з механізмів створення складних ідей. Він був першим, хто звернувся до «асоціацій ідей». Він визначив, що асоціації – це неприродні зв'язки ідей, які виникають залежно від суб'єктивних чинників: симпатії, антипатії, страхи, тощо. «... Ідеї, самі по собі не родинні, в умах деяких людей з'єднуються так, що дуже важко

розділити їх. Вони завжди супроводжують один одного, і як тільки одна така ідея проникає в розум, разом з нею з'являється з'єднана з нею ідея...» [А. Ждан, 2004].

Д. Гартлі став першим, хто висвітлив асоціації як важливий і всеохопний процес внутрішнього світу людини. На його думку, асоціативний механізм об'єднував три найпростіші елементи психічних процесів (відчуття, афекція), з яких, власне, і складалось душевне (або психічне) життя. Саме так і з'явилась асоціативна психологія, в якій всі складні психічні процеси зводились до комбінації найпростіших асоціацій [М. Кольцов, 2009].

Дж. Берклі, Д. Юм, Т. Браун, Дж. Стюарт Мілль продовжили працю Д. Гартлі, поступово вводячи нові поняття і досліджуючи нові аспекти. Вони стали представниками суб'єктивно-ідеалістичного напрямку асоціативної психології, суть якого полягала у тому, що асоціації розглядались як форми взаємозв'язку явищ замкнутої свідомості. Так Д. Юм виокремив три види переходу, за допомогою яких людська свідомість рухається від однієї ідеї до іншої, а саме: подібність, спільний час або місце, причинність [У. Марчук, 2008]. XIX століття можна вважати періодом відходу від суто теоретичного розгляду до практичного дослідження питання асоціацій, періодом створення та розроблення експериментальних методик.

Г. Гемольц досліджував практичне значення асоціацій під час роботи органів чуттів. Ч. Дарвін розглядав важливість асоціативного підходу при обґрунтуванні системи емоцій. І. Павлов – під час дослідження рефлексів. Найбільш наближеним до сучасного асоціативного експерименту був дослід проведений Ф. Гальтоном. Однак результати дослідження так і не були опубліковані [О. Музика, 2010].

Наприкінці XIX століття завдяки асоціативній теорії, Г. Ебінгаузу вдалось дослідити та пояснити закони людської пам'яті [І. Погребнюк, 2012]. З. Фройд почав використовувати методи вільних асоціацій для вивчення

несвідомого. Цей метод став одним з перших проектних методів, який і сьогодні активно використовується [Ю. Кузнецов, 2016]. В. Вундт робив спроби відтворити механізми людської свідомості за допомогою дослідження темпу асоціативних реакцій [О. Музика, 2010].

К. Юнг також зробив важливий внесок в розробку асоціативного експерименту, а точніше в методику аналізу результатів. Так, провівши експеримент серед своїх пацієнтів, він дійшов висновку, що люди з однієї сім'ї або представники одного й того ж ремесла найчастіше наводять семантично схожі асоціативні реакції [П. Козляковський, 2004]. Крім того, він навів перелік «артефактів», специфічних реакцій, з якими і досі зустрічаються дослідники під час аналізу відповідей: заїкання, повтори, затримка відповідей, нерозуміння слів-стимулів, тощо [О. Музика, 2010]. Він став першим дослідником, що провів асоціативний експеримент, який за своєю суттю був подібний до сучасної методики поліграфу. На лекціях він розповідав своїм слухачам як одна з медсестр вкрала гаманець у своєї подруги. К. Юнг провів асоціативний експеримент і помітив, що лише в однієї медсестри під час опитування проявлялись вищезгадані артефакти, а проявлялись вони саме на слова-стимули, що стосувались пограбування. Тож саме «артефакти» допомогли досліднику знайти винну медсестру [О. Музика, 2010].

Сучасна психологія використовує асоціативний експеримент для аналізу особливостей мислення, вікових закономірностей мовлення, асоціативної пам'яті, причетності людини до пограбування, тощо [О. Музика, 2010].

Лінгвістів асоціації зацікавили пізніше. Першим став В. фон Гумбольдт, який припускав, що люди чують всі звуки мови однаково, однак, розумове сприйняття в кожного суб'єктивне, адже залежить від досвіду кожної окремої людини. [Т. Недашківська, 2013]. Для Ф. де Сосюра все, що стосується стану мови, залежить від двох різних сфер відносин – синтагматики та асоціацій.

Синтагматичні відносини – це відносини, що ґрунтуються на лінійному характері мови. Синтагми, в свою чергу, це як мінімум дві одиниці мовлення, що йдуть послідовно одна за одною. Кожна одиниця стає значущою лише коли протиставляється попередній та/або наступній одиниці. Асоціативні відносини ґрунтуються на нелінійному характері мови, мають непередбачувану кількість одиниць мови та непередбачувані зв'язки між ними. В пам'яті певні слова, що мають між собою щось спільне, асоціюються таким чином, що утворюють групи, всередині яких розміщуються різноманітні асоціативні зв'язки, які є суб'єктивними і можуть бути зрозумілими лише власнику [Т. Недашківська, 2019].

О. Потебня розумів слово як форму думки, що має свою власну внутрішню форму, остання являє собою асоціацію конкретного об'єкта, дії чи ознаки з іншим об'єктом, дією чи властивістю, що ґрунтується на провідних ознаках [Т. Недашківська, 2019].

У сучасній лінгвістиці асоціаціями називають зв'язки між об'єктами, які залежать від особистого досвіду окремої людини [Н. Галунова, 2012]. Асоціативний експеримент, в свою чергу, використовується для дослідження асоціацій. Дослідженням асоціативного експерименту займалось багато мовознавців: Л. Городецька, О. Горошко, Н. Дмитрюк, Л. Ставицька, Дж. Андерсон, Г. Гревіль, І. Курц, Л. Постмен та багато інших [Н. Галунова, 2012].

2.1.2. Методика проведення асоціативного експерименту

Метод асоціативного експерименту використовується для об'єктивного дослідження суб'єктивних ситуацій [Т. Недашківська, 2013].

Будь-який психолінгвістичний експеримент починається з планування експерименту. Асоціативний метод не є виключенням. Кожен дослідник починає свій експеримент з постановки завдань, мети та побудови гіпотези, яку він буде підтверджувати або спростовувати під час свого експерименту [Є. Васянович, 2021]. Після цього експериментатор добирає слова для списку стимулів, орієнтуючись на тему та мету конкретного асоціативного експерименту. Для створення списку слів-стимулів вже існує конкретний алгоритм дій. Дослідник має попрацювати зі словниками, має ознайомитись і проаналізувати спеціальну літературу та вже наявні дослідження, що стосуються теми експерименту. Важливо звернути увагу і на кількість слів-стимулів у списку. Як зазначає Ж. Жарноцайова, максимальна кількість слів-стимулів для експерименту це 100 одиниць. Після збільшення цієї кількості знижується увага та рівень надійності отриманих результатів. На думку О. Горошко, оптимальна кількість слів для асоціативного експерименту – 30 одиниць [Є. Васянович, 2021].

Далі дослідник обирає вид асоціативного експерименту, що буде використовуватись. Існує три види: направлений, ланцюжковий та вільний. Для всіх трьох видів спільним є те, що експериментатор наводить респондентам перелік слів-стимулів і просить респондентів навести асоціацію, тобто першу реакцію респондента, сформульовану у вигляді слова, словосполучення, тощо [Н. Галунова, 2015].

Особливість методики проведення направленного (або спрямованого) асоціативного експерименту полягає в певному обмеженні респондента під час наведення асоціації, наприклад, це може бути прохання наводити лише асоціації у формі іменників або прикметників [Н. Галунова, 2015].

Для ланцюжкового асоціативного експерименту характерним є обмеження в часі або в кількості наведених реакцій, при чому наведені слова-реакції не обмежуються ні формою, ні семантикою [Г. Ткаченко, 2010].

На думку деяких вчених, ланцюжковий експеримент є просто різновидом вільного [Н. Галунова, 2015].

Найпоширенішим є вільний експеримент, методика проведення якого не передбачає жодних обмежень для респондента. Дослідник проводить відбір респондентів для свого дослідження відповідно до поставленої задачі. Він може відбирати людей конкретного віку, конкретної статі, конкретного рівня освіти чи соціального статусу, тощо [Н. Галунова, 2015].

Після цього експериментатор визначається з формою проведення, місцем проведення, тощо. Звертаючи увагу на особливості віку, стану здоров'я обраних респондентів, дослідник обирає форму проведення (усно-усна, усно-письмова, письмово-письмова, письмово-усна) [Н. Галунова, 2015].

Далі дослідник формулює інструкцію та створює анкету в доступній та зрозумілій формі для обраної категорії людей [Є. Васянович, 2021]. Після цього йде етап проведення експерименту. Дослідник взаємодіє з реципієнтами, пропонуючи їм список слів-стимулів. Респонденти наводять перші асоціації в тій кількості та формі, що вимагається від них. О. Горошко навела чинники, які впливають на якість та надійність результатів експерименту. По-перше, важливим є те, в якій формі проводиться експеримент, чи при виборі форми дослідник звертав увагу на особливості віку, стану здоров'я респондентів. По-друге, впливає відбір та складання списку слів-стимулів, наприклад через те, що послідовність слів у списку може бути неправильно зіставлена, попереднє слово може напряму впливати на асоціації до наступного слова списку. Важливим фактором при складанні анкети також є вибір частини мови та граматичного роду. Адже як показали попередні дослідження, одне й те саме слово, але в різних родах, викликає абсолютно відмінні асоціації [Ж. Жарноцайова, 2020]. По-третє, важливим фактором є умови проведення експерименту, поведінка і особа інформанта. [Л. Лисиченко, 2004]. Крім того, важливим є чинник «людського фактору».

Два останні пункти майже повністю нівелюються під час дистанційного анкетування, адже реципієнт не бачить дослідника і сам обирає комфортні умови та час для відповіді. Під час проведення асоціативного експерименту дослідник може фіксувати результати будь-яким чином, чи то аудіо-, чи то відеозапис під час усного опитування, якщо реципієнт дає згоду на це. Під час письмового анкетування дослідник отримує письмові відповіді від респондентів, тож для нього немає потреби фіксувати результати повторно [Є. Васянович, 2021].

2.1.3. Аналіз результатів асоціативного експерименту

У сучасній психолінгвістиці сьогодні не існує єдиної класифікації результатів асоціативного експерименту. Різні вчені пропонують свої класифікації асоціативних реакцій. Так, наприклад, деякі вчені поділяють асоціації на: фонетичні, словотвірні, парадигматичні, синтагматичні, тематичні, цитатні та граматичні [Ж. Жарноцайова, 2020]. Фонетичні – це асоціації за співзвучністю, словотвірні – це асоціації, які мають спільний корінь зі словом-стимулом, але мають абсолютно не пов'язане з ним значення. Парадигматичні – це слова-реакції того ж граматичного класу, що й слова-стимули, синтагматичні – коли між словом-реакцією та словом-стимулом існують певні відношення, коли одне слово залежить від іншого і керується ним, зазвичай це різні частини мови [Ж. Жарноцайова, 2020]. Тематичні – асоціативні реакції, що утворюють зі словом-стимулом словосполучення, цитатні – реакції, які здавалося б не мають нічого спільного зі словом-стимулом, але це лише на перший погляд. Як правило, це слова пов'язані з розповсюдженими літературними творами, популярними піснями, тощо. Граматичні – це слова реакції, які відрізняються від слова-

стимулу якимось граматичним фактором, наприклад, родом, числом, тощо [О. Денисевич, 2016].

Дехто додає до цього переліку окремим підвидом «індивідуальні» реакції, які залежать від індивідуального досвіду кожної людини. Однак питання аналізу результатів асоціативного експерименту не має жорстких правил, а тому класифікація реакцій не обмежуються вищенаведеним переліком [Ж. Жарноцайова, 2020].

Деякі вчені вважають, що при класифікації слів-реакцій варто об'єднувати фонетичні, словотвірні, цитатні та граматичні реакції у загальну групу «фонетичні реакції» [Н. Галунова, 2012].

Існує й інша система класифікації асоціативних реакцій: 1) за близькістю змісту; 2) за протилежністю змісту; 3) за відношенням «вище-нижче», 4) за відношенням «частина – ціле» або навпаки [Н. Галунова, 2012].

Класифікація результатів асоціативного експерименту залежить від цілей, які переслідує дослідник. Так, наприклад, психолінгвісти на основі результатів асоціативного експерименту складають асоціативні словники, досліджують мовні процеси дітей, білінгвів, тощо [Ж. Жарноцайова, 2020].

2.2. Кольороніми як складник мовної картини світу вимушених переселенців з України

Як ми вже самі зазначали вище, на мовну картину світу впливає безліч факторів: оточення людини, її особистий досвід, ситуація в країні, географічне положення людини, культура та історія її народу. У нашому дослідженні ми поставили собі за мету прослідити зміни у мовній картині світу українців саме під час повномасштабного вторгнення росії на територію нашої держави. Задля цього було проведено вільний асоціативний

експеримент, адже, на нашу думку, цей метод може забезпечити найбільшу об'єктивність і надійність результатів. Як і будь який асоціативний експеримент наше дослідження складалось з декількох етапів.

Перший етап містив у собі планування експерименту. Нами було визначено завдання та мету нашого дослідження. Гіпотезою стало твердження про те, що мовна картина світу українців значно змінилась за час війни.

Було прийняте рішення досліджувати мовну картину світу українців через кольороніми. Таке рішення було зумовлене вже наявними дослідженнями науковців, які в своїх працях довели, що реакції людей на кольороназви напряду залежать від їхньої мовної картини світу [І. Рубцов, 2013]. Тому ми вирішили, що можливий і зворотній шлях дослідження, за яким мовну картину світу та зміни в ній можна простежити через зміну реакцій на кольоропозначення. В результаті, як вже зазначалось в нашій роботі вище, словами-стимулами асоціативного експерименту стали базові кольори: 7 кольорів веселки (червоний, помаранчевий, жовтий, зелений, блакитний синій, фіолетовий), чорний та білий.

Щодо етапу відбору респондентів, ми не обмежували їх ані за віком, ані за статтю, ані за соціальним статусом. Головною ознакою, за якою відбувався відбір, стали громадянство України та наявність статусу переселенців або біженців, незалежно від того чи це були внутрішньо переміщені особи, чи люди, які виїхали за кордон.

Ми обрали вільний асоціативний експеримент, за якими респонденти не обмежувались ані кількісно, ані якісно у своїх реакціях.

Після цього постало питання створення анкети. Ми сформулювали доступну і зрозумілу інструкцію для респондентів, в якій попросили навести перші їхні реакції на кольори, пропоновані в анкеті. Крім того, респондентам було запропоновано вказати свій вік і стать через те, що ми плануємо

продовжити наше дослідження, а наявність таких даних в майбутньому дозволить нам звужити коло наших досліджень до конкретного віку або статі респондентів. Було також запропоновано вказати своє прізвище, але це поле не було обов'язковим для заповнення. В результаті, інструкція до анкети була сформульована наступним чином: «Шановний учаснику опитування! Звертаємось до Вас з проханням допомогти у нашому дослідженні. Заповніть, будь ласка, анкету. Наведіть, будь ласка, першу асоціацію, що виникає у вас на кожне наведене слово. Просимо вказати Вас свій вік і стать. Своє прізвище можете вказати, можете не вказувати – за Вашим розсудом. Пам'ятайте, що Ваші відповіді будуть мати сенс лише тоді, коли Ви відповісте на всі питання нашої анкети. Дякуємо за участь!».

Після створення анкети ми визначились з місцем та формою проведення експерименту. Наше дослідження було проведено в двох формах усно-письмовій та письмово-письмовій. Через нестабільну ситуацію в країні та неможливість зустрічі з більшістю респондентів наживо, було вирішено проводити експеримент дистанційно. Так анкета була перенесена на платформу Google Forms, а посилання було розповсюджено через соціальні мережі Facebook, Instagram, тощо. Так як на момент проведення дослідження ми знаходились в Данії, ми мали можливість наживо опитати українців-переселенців в Данії. Їм пропонувались 2 варіанти анкетування. Перший – включав в себе письмові анкети, де пропонувалось наведення письмових відповідей-реакцій. Іншим можливим варіантом стало пропонування слів-стимулів і отримання відповідей в усній формі, під час якої результати письмово фіксувались самим експериментатором з дозволу респондентів. Всього в опитуванні взяло участь 102 людини, з яких 57,4% відсотків складали жінки, решту – чоловіки. Як ми вже зазначили вище, у своєму дослідженні ми не лімітували людей за віком, але для зручності аналізу

отриманих результатів, ми умовно поділяємо учасників опитування на 3 групи:

- 1) Від 0 до 20 років;
- 2) Від 20 до 40 років;
- 3) Від 40 до 83;

Опитування було проведено у період з 14 січня 2023 до 15 квітня 2023 року. Відповіді було отримано від українців, які на момент проведення експерименту перебували на окупованих територіях України, в Україні, Польщі, Ірландії, Данії, Литві, Латвії, Естонії.

Як ми вже згадували у нашій роботі, існують різні переліки можливих класифікацій реакцій асоціативного експерименту залежно від поставленої мети.

Так, наприклад, Н. Галунова, досліджуючи мовну картину світу дітей у своїй праці, розкриває питання класифікації результатів асоціативного експерименту, вона розрізняє наступні види: морфологічний вид, відсутність позитивних реакцій на стимул, реакції звуконаслідувального та фонетичного характеру, реакції повтори та переклади стимулу, реакції заперечення стимулу, формотвірні та словотвірні реакції, синтагматичні реакції, парадигматичні реакції, ситуативно-референтні реакції, оцінні реакції, проміжні реакції [Н. Галунова, 2012].

У своєму дослідженні ми також будемо спиратись на цю класифікацію, однак, з певними видозмінами, адже більшість аудиторії нашого дослідження особи віком старше 10 років і загалом наше дослідження не орієнтоване на дитячу аудиторію. Опрацювавши отримані результати, ми дійшли висновку, що в реакціях немає звуконаслідування, заперечення слів-стимулів.

Опрацювавши анкети, ми дійшли таких висновків: 46 разів були наведені словосполучення (такі як, наприклад, «помаранчева революція», «захід сонця», «морська вода», «чистий аркуш», «колір машини», тощо); 32 рази

було наведено дві-три реакції на одне слово-стимул (наприклад, «радість, чистота», «пристрасть, троянди», «сніг, зима», тощо); 834 рази – реагування одним словом-асоціацією (наприклад, «шкарпетки», «молодий», «букет», тощо).

Визначаючи до яких частин мов належать слова-реакції, отримуємо такі результати: найчастіше респонденти наводили іменники (855 слів-реакцій), прикметники (35). Але в анкеті можна виявити слова, які без контексту можна віднести до двох або більше частин мови. Так, наприклад, слова «тепло» (яке може бути іменником або безособово-предикативним прислівником), «цитрусові» (може бути прикметником або іменником у формі множини), тощо. В свою чергу можна поглибити дослідження і виокремлювати підгрупи наведених іменників-реакцій, наприклад, імена («Єва», «Артём», «Антон»), зменшено-пестливі слова («сонечко», «ялиночка», «хмаринка»), тощо. Ще одним ускладненням аналізу стали омоніми, такі як «місяць», «сороконожки», «тіні», і хоча вони не впливають на частиномовну приналежність реакцій, все ж значення слів є важливим для подальшого аналізу.

Отже ми можемо дійти висновку, що на прикметники українці здебільшого реагують іменниками та прикметниками, що дає підстави стверджувати, що мовна картина світу українців здебільшого складається з цих двох частин мови.

Якщо розглядати питання мови, то при аналізі результатів ми дізнались, що 6 учасників анкетування заповнювали опитування російською мовою, решта учасників використовувала українську мову.

Крім того, можна навести такі реакції, які передбачають відсутність асоціативних зв'язків до певних слів-стимулів. Так у нашому дослідженні можна побачити такі реакції як «-», «незнаю», «жодної», «не існує», «нічого». В основному проблеми з асоціаціями виникали з фіолетовим та білим

кольорами. Ми, як і деякі інші дослідники, не вважаємо відсутність реакції здоровим процесом [Н. Галунова, 2012]. Це дає нам підстави вважати, що мовна картина світу цих осіб не є повністю розвиненою, що існують прогалини, розвиток не є різнобічним. Ми також можемо підтвердити теорії дослідників, які в своїх роботах зазначали, що відмова частіше стосується чоловіків. В нашому дослідженні в 9 випадках відмови реагувати на слова-стимули, 7 – стосувались чоловіків.

В опитуванні також наявні реакції перекладу та повтору слова-стимулу. Так вісім разів були наведені реакції-переклади слів стимулів, один повтор і одне пряме протиставлення слову-стимулу (білий (слово-стимул) – чорний (слово-реакція)).

Проаналізувавши отримані результати, ми можемо визначити основні семантичні групи, наведених слів-реакцій:

- Україна, політика, війна (81): революція, помаранчева революція, колір революції 2004, Ющенко, майдан, державний прапор, Янукович, прапор України, Україна, кров, кров', УПА, Тимошенко, колір крові, якою ми здобуваємо нашу незалежність, розруха, руїни, прапор, колір прапору, перемога, війна, війна, зброя, наш прапор, Зеля, Батько наш Зеленський, президент, перемога, мир, перемир'я;
- Їжа, напої (10): хліб, мед, шоколад, кава, шоколадка Милка, тістечко, молоко, цукор;
- Фрукти та овочі (72): апельсин, морква, абрикос, цитрус, цитрусові, мандарин, виноград, чорниця, яблуко, гранат, помідор, перець, полуниця, малина, лимон, банан, слива, овочі, авокадо;
- Явища природи, пори року, екосистеми, природні копалини (238): літо, огонь, вогонь, захід сонця, осінь, вода, небо, море, морська вода, озеро, водойма, океан, водопад, полум'я, сонце, сонце, сонечко, осінній ліс, зимовий ліс, жнива, садок, сад, гай, город, луг, земля,

грунт, чорнозем, хмара, річка, струмок, весна, дощ, природа, зима, сніг, крейда, поле, вугілля;

- Одяг, взуття та аксесуари (65): рушник, шарф, шкарпетки, одяг, топ, кофта, хустка, уніформа, джинси, рюкзак, портфель, рубашка, нитка, кепка, краватка, валіза, куртка, спортивний костюм, світер, плаття, взуття, кросівки, туфлі, пояс, піджак, смокінг, штани, плащ, гаманець, телефон, футбольна форма, сороконожки, сукня, годинник, жакет, футболка, сорочка, костюм, чехол, халат, весільна сукня, кліпси;

- Зовнішній вигляд та косметика (15): волосся, ногті, помада, вії, манікюр, туш, очі, тіні;

- Рослини та тварини (156): лис, горобина, квітка, волошка синя, волошка, незабудка, кит, риба-кит, троянда, троянди, листя, калина, мак, цветы, квіти, цвeтoк, шипшина, тюльпан, пшениця, пшеница, поле пшениці, соняшник, кульбаба, кульбаби, циплята, ципля, колоситься пшениця, бджола, кіт, бузок, сірeнь, лаванда, баклажан, фіалка, фіалки, ірис, трава, ялинка, ялиночка, кущ, кущі, газон, дерева, дерево, водорості, листок, тварина, лілія, гриб, роза, мальви;

- Почуття та емоції (51): спокій, пристрасть, страсть, тривога, кохання, любов, любовь, біль, попередження, радість, смерть, зневіра, смуток, журба, горе, траур, сумний, звичайний, отруйний, байдужість, безразличие, веселощі, гармонія, щастя;

- Власні імена (4): Віра, Єва, Артём, Антон;

- Індивідуальні (124): чистота, чистий, посуд, весілля, налив, штори, простирadlo, смуга, стіна, салфетка, простір, крила, початок, новий, гарний, незвичний, ідеальний, небрудний, дитинство, свіжість, життя, колір живої природи, тепло, екран, молодий, заспокійливий, село, свобода, дім, фантик, неосяжність, світ, шпалери, постель, ковдра, стіни, соц сети, дискотека, мій улюблений, улюблений, настрої,

мама, сусідка, гірлянда, сироп, веселка, олівець, фломастер, неонове місто, неон, анкета, сестра, резинка для волосся, чашка, автомобіль, пакет, ніч, обгортки цукерок, день, ніч, склянка, стиль, картина, робота, коробок, темний плащ (мульт серіал), стабільність, елегантність, BMW, ручка, мотузка, триангулярний аналіз, фіброз печінки, світло, парасолька, стратосфера, теплий, букет, Мустанг, яскравий, шарик, диавло, бурхливий, мопед, дружина, темний, такси, школа, горячий, трактор, холод, холодный, планета Пандора, тазик, таз, лікарня, больница, дах, яскравість, папка;

- За кольоровою відповідністю (46): папір, аркуш, чистий аркуш, лист папіру, іней, лист, белый, білок, білий, шум, речі зеленого кольору, футбольне поле, зелёный, світлофор, светофор, буяння трав, голубой, фиолетовый, рядок у райдузі, колір веселки, черный, темрява, тьма, насіння, квадрат Малевича, тінь, яєчний жовток, жёлтый, місяць, рубін, красный, серце, кровавый, оранжевый, кирпич, оранж, синий, небесний, чорний;

- Родові поняття (4): колір.

Однак таке розділення на групи не є остаточним, адже без контексту важко зрозуміти, що малось на увазі респондентом. Так для деяких людей семантика слова «калина» пов'язана з рослиною, а для когось – це символ української культури, тому важко віднести дане слово-реакцію до якоїсь конкретної семантичної групи. Слово-реакції «місяць», «пояс», «сороконожки», «Віра», «тіні», мають різні семантичні значення (два або більше), тому відносячи такі слова до однієї з вищенаведених семантичних груп, ми робимо припущення. Іншим можливим варіантом є створення окремої семантичної групи «Багатозначні слова», однак, в нашому дослідженні ми не схильні до такого рішення.

При розділенні слів-реакцій на семантичні підгрупи ми також помітили, що деякі слова-стимули різних людей збігаються за значенням, але не за формою, це були реакції, наведені на одне й те саме слово-стимул різними мовами: «троянда» – «роза», «огонь – вогонь», «волошка – незабудка», «байдужість» – «безразличие», «пристрасть – страсть», «любов» – «любовь», «світлофор» – «светофор».

Крім того, семантичний збіг значень траплявся у випадках, коли респонденти наводили однакові за семантикою слова-реакції на одне й те саме слово-стимул, але у різних граматичних формах числа (однина чи множина): «фіалка» – «фіалки», «квітка» – «квітки», «троянда» – «троянди», «ципля» – «циплята», «цитрус» – «цитрусові», «цвіток» – «цветы», «дерево» – «деревя».

Виділені семантичні групи показують семантичні категорії, що найчастіше використовуються українцями в повсякденному житті. Найактивніше використовуваними категоріями в мовній картині світу українців є наступні: природа, флора та фауна, одяг, політика.

Якщо класифікувати отримані результати з боку синтагматики, можемо зазначати, що, як ми і очікували, основну кількість синтагматичних реакцій наведено у формі іменників або словосполучень (іменник + прикметник) («жовтий» – «яскравий жовток», «червоний» – «одяг»), декілька – у формі прикметників або у формі словосполучень (займенник + прикметник) («фіолетовий» – «мій улюблений», «зелений» – «молодий» (всього приблизно 25)).

В отриманих результатах нашого дослідження також можна відстежити парадигматичні зв'язки між словами-стимулами та реакціями, наприклад, «червоний» – «красивый», «зелений» – «молодий», «синій» – «небесний».

Якщо повернутись до лексико-тематичних груп, то цілу групу «Індивідуальні реакції» можна віднести до категорії, яку Н. Галунова у

своєму дослідженні називає референтно-ситуативна підгрупа [Н. Галунова, 2012]. Ми вважаємо за доцільне класифікувати слова-реакції за таким напрямом через те, що велику кількість отриманих слів-реакцій ми не можемо віднести ані до синтагматичних, ані до парадигматичних реакцій. Так як ця лексико-тематична група налічує велику кількість реакцій, ми не змогли залишити її поза нашою увагою, тому далі ми будемо аналізувати слова-реакції цієї групи за ситуативністю. Будемо вважати, що на наведення реакцій такого типу вплинули оточення людини та її власний досвід, настроїв в момент заповнення анкети, наприклад, шпалери в кімнаті, в якій перебувала особа чи предмети побуту, що знаходились поряд з нею під час анкетування. Таким чином ми пропонуємо розбити всі індивідуальні реакції на наступні ситуативно-референтні підгрупи:

- Колір – речі, якими людина користується або які бачить часто, зокрема предмети побуту («тазик», «олівець», «шпалери»);
- Колір – усталені вирази («біла смуга», «білий налив», «чорний день»);
- Колір – емблеми та символи того ж кольору («диабло» (відеогра, в оформленні якої переважає червоний колір), «весілля» (символом цієї події в нашій культурі є біла сукня нареченої));
- Колір – інтереси людини у виборі книг, фільмів, моді, тощо («темний плащ (мульт серіал), «планета Пандора»);
- Колір – особливості професії («триангулярний аналіз», «фіброз печінки»);
- Колір – люди навколо респондента, які асоціюються в нього з певним кольором (причиною може слугувати те, наприклад, що респондент частіше всього бачив цю людину в одязі конкретного

кольору або ця людина, навпаки, дарувала респонденту щось конкретного кольору, тощо) («дружина», «сусідка»);

- Колір – ставлення людини до цього кольору («ідеальний», «гарний»);
- Колір – абстрактні поняття, які асоціюються у респондента з певним кольором завдяки культурному впливу та іншим зовнішнім та внутрішнім факторам («дитинство», «початок»).

Варто зазначити, що всі вищенаведені класифікації є умовними та суб'єктивними, так ми пропонуємо своє бачення отриманих результатів. Отже як ми вже зазначали раніше і як ми самі доводимо у своєму експерименті, на мовну картину світу людей впливає безліч факторів, як спільних для певних груп (сім'я, коло друзів, нація), так й індивідуальних.

Звертаючись до питання оціночних реакцій, ми пропонуємо ділити слова-реакції на дві групи: 1) слова з позитивною конотацією; 2) слова з негативною конотацією. Звичайно, без контексту оцінку більшості слів важко визначити, тому ми пропонуємо третю групу – слова, які не можна охарактеризувати як такі, що мають позитивну чи негативну конотацію.

Так до реакцій з позитивною конотацією ми відносимо 87 слів-реакцій, зокрема такі як «радість», «свіжість», «гармонія». За нашою суб'єктивною оцінкою, 65 слів-стимулів мають явно негативну конотацію, наприклад, «сумний», «отруйний», «війна»; решту слів, на нашу думку, неможливо охарактеризувати як такі, що мають явну позитивну чи негативну конотацію, яку можна було б визначити без контексту. Найбільша кількість реакцій з позитивною конотацією було наведено на слова-стимули «білий», «фіолетовий». Найбільша кількість реакцій з негативною конотацією було наведено на слово-стимул «чорний».

В своєму дослідженні ми хочемо крім аналізу результатів за традиційними класифікаціями, також визначити чи вплинули події війни на мовну картину

світу українців. Для цього хочемо дослідити реакції на кожен колір окремо і перевірити наявність концептів, які напряду чи опосередковано стосуються війни.

Під час створення анкети ми намагались максимально уникати впливу на респондентів через порядок наведення кольорів, щоб отримати максимально об'єктивні результати, на які можна розраховувати в умовах дистанційного опитування (все ж ми не відкидаємо можливість впливу оточення, настроїв людини, погоду, час проходження опитування, тощо). З цією метою кольори не розміщено у порядку їх розміщення у веселці, ми не ставили поряд жовтий та блакитний, чорний та білий, тобто намагались не утворювати такі пари кольорів, які б наштовхували людей на конкретні реакції.

Якщо розглядати реакції на помаранчевий колір, маємо наступні результати. Перш за все варто зазначити, що найпоширенішою асоціацією на цей колір залишаються слова, семантичне значення яких стосується цитрусових фруктів помаранчевого кольору: «апельсин», «мандарин», «цитрус», «цитрусові» (59). Словами-реакціями, що стосуються України, української політики, війни визначаємо наступні: революція (10), помаранчева революція (1), Ющенко (1), колір революції 2004 року (1), майдан (1), ревулюція (1), революция (1).

Найпоширенішою реакцією на синій колір були слова: «небо», «вода», «море» (45). Слова-стимули зі значеннями, пов'язаними з Україною, війною і політикою були такі: державний прапор (1), Янукович (1), прапор України (1), Україна (1).

Наступним кольором, за списком їхньої появи в анкеті, був червоний. Найпоширенішими реакціями були слова, значення яких було пов'язано з кров'ю, любов'ю, трояндами та слово мак (46). Реакціями, що зачіпали тему війни, політики та України загалом, за нашим визначенням, були наступні: кров (22), кровь (1), кровавый (1), колір крові (1), колір крові, якою ми

здобуваєм нашу незалежність (1), тривога (1), калина (4), УПА (1), Тимошенко (1). Ми у своєму дослідженні будемо вважати «калину» народним символом України, тому ми його також додаємо до нашого переліку.

Для наступного, жовтого, кольору найбільш поширеними були відповіді, що стосувались сонця та були представлені різними мовами та різними словами зі спільною семантикою та слово соняшник (39). Словами, які ми визначаємо як реакції пов'язані з політичною і воєнною ситуацією, а також з Україною в цілому, були наступні: пшениця (4), пшеница (1), поле пшениці (3), пшиця (1), прапор (6), 2 колір прапора (1), перемога (1). Зазначаємо, що слова з семантичним значенням «пшениця» ми додаємо до цього переліку, адже вважаємо, що пшениця є символом України. Вона є символом урожаю, а також символізує працелюбність українського народу.

Чорний колір українці-переселенці найчастіше асоціюють із землею та ґрунтом, представляючи свої реакції різними словами, але спільним семантичним значенням: земля, ґрунт, ґрунт, чорнозем (земля) (24). Якщо виокремлювати політичні терміни, то можна зазначити, що їх тут не так багато, але значень, що стосуються війни набагато більше: смерть (7), розруха (1), УПА (1), війна (3), война (1), зневіра (1), смуток (3), журба (1), траур (1), руїни (1), біль (3), сумний (2), отруйний (1), зброя (1), горе (1). Ми зазначаємо, що справедливо вважаємо, що сьогодні всі слова семантичних полів горе, смерть, наведених українцями, стосуються війни в Україні.

Фіолетовий колір українські біженці найчастіше асоціюють з семантичними полями квітів, одягу (36). На відміну від реакцій на слово-стимул «чорний», результати наведення асоціацій на слово-стимул «фіолетовий» не дозволяють нам виділити слова-реакції, що пов'язані з війною, Україною та політикою. Виключенням може стати лише слово «тривога» (1).

Наступним кольором в нашій анкеті був блакитний. Найпоширенішою асоціацією респондентів на це слово-стимул стало слово «небо» (52). Коли ми визначили реакції, що стосуються України, війни та політики, в нас з'явився такий список слів: спокій (1), прапор (10), наш прапор (1), свобода (1), 1 колір прапору (1), Україна (1).

Найпоширенішою реакцією на зелений колір стало слово «трава», його українці-переселенці використали 40 разів під час проходження анкетування. Словами-реакціями на зелений колір, які пов'язані з політикою України, війною та Україною загалом були: Зеля (1), батько наш Зеленський (1), Зеленський (1), президент (1).

«Зелёный», гіпотетично, також можна було б віднести до слів, пов'язаних з президентом України, адже в ЗМІ та соціальних мережах можна знайти таке зневажливе прізвисько, яким оперують при обговоренні В. Зеленського, але проаналізувавши інші відповіді респондента, який навів таку реакцію і асоціації якого були лише перекладом стимульних слів, ми дійшли висновку, що дане слово-реакція жодним чином не стосується політики.

Останнім кольором нашої анкети був білий. Найчастіше реакції стосувались слів на позначення паперу та чистоти (24). Слова-реакції, які, на нашу думку, можна пов'язати з війною в Україні, а точніше в цьому випадку з миром в Україні після війни, висвітлюємо в наступному короткому списку: перемир'я (1), перемога (1), мир (1), спокій (1).

ВИСНОВКИ

Запропоноване дослідження довело, що кольори є важливою частиною мовної картини світу, вони дозволяють прослідкувати зміни в мовній картині світу. Такі зміни можна простежувати за допомогою асоціативного експерименту, який є популярним інструментом психолінгвістичних досліджень. Однак у сучасній лінгвістиці через асоціативний експеримент ще не досліджували вплив війни на мовну картину світу українців-біженців.

З цією метою нами була створена анкета, яка полягала в асоціативному експерименті, слова-стимули якого були назви кольорів.

Після формулювання інструкції, оформлення її в Google Forms ми поширили її у соціальних мережах та в письмовому вигляді серед переселенців Данії. Анкетування тривало протягом 3 місяців. В опитуванні взяло участь 102 особи з різних куточків світу.

Ми аналізували реакції за різними класифікаціями відповідно до поставленої мети. Опрацювавши відповіді ми визначили, що іменники та прикметники – це дві частини мови, які найчастіше зустрічаються у відповідях на слова-стимули прикметники. Лише 6 з усіх опитаних надавали відповідь російською мовою, що показує популяризацію української мови та відходження від білінгвізму в нашій країні. Можливо, таку кількість зумовлює той факт, що слова-стимули було надано українською мовою. Тому в перспективі, можна подавати слова-стимули двома мовами, щоб отримати об'єктивніші результати і стверджувати про статуси мов, посилаючись на чіткі статистичні дані.

Найчисленнішими були реакції одним словом, однак траплялись словосполучення (46) (частіше наводились як реакції до жовтого кольору)

або декілька слів-реакцій від одного респондента на один й той самий стимул (31) (частіше наводились як реакції на білий колір).

Ще однією особливою характеристикою реакцій стала відмова реагувати на стимули, прослідковуємо таку тенденцію частіше серед чоловіків (близько у 77%). Крім того, нам вдалось визначити кольори, які викликали найбільші труднощі в наведенні асоціацій (білий, фіолетовий).

Ми також розділили отримані реакції на 12 різних семантичних груп. Статистичні дані показали, що найбільшу частину мовної картини світу складають слова, які належать до таких семантичних груп як: «Явища природи, пори року, екосистеми, природні копалини», «Рослини та тварини», «Індивідуальні».

Однак під час аналізу ми зіткнулися з певними труднощами у вигляді багатозначних слів, омонімів. Важко визначити, що саме малось на увазі респондентом без контексту. Тому вважаємо таке розгрупування умовним та суб'єктивним, не єдиним можливим варіантом. Але кількість проблемних реакцій не така велика, щоб критично вплинути на наші розрахунки. Після розбиття реакцій на семантичні групи, ми побачили необхідність окремого розгляду групи «Індивідуальні». Ми розробили 8 умовних індивідуальних факторів впливу, які теоретично могли б вплинути на респондентів, в результаті чого ми й отримали відповіді, які складно віднести до якоїсь конкретної групи, окрім «Індивідуальні».

При аналізі було виявлено синтагматичні та парадигматичні зв'язки між словами-стимулами та реакціями.

У своєму аналізі ми також підняли питання конотації. Нам вдалось розділити всі реакції на три групи, конотації яких були позитивними, негативними або такими, які неможливо було визначити без контексту. Як і очікувалось, найчисленнішою виявилась остання група. Але якщо

порівнювати дві перших, то ми можемо стверджувати, що позитивних реакцій виявилось більше на 22 одиниці.

Відповідно до поставленої мети було встановлено, що до кожного колоративу 102 людини наводили свої асоціації. Якщо підрахувати ту кількість слів-реакцій, які, на нашу думку, стосуються політики, України або на які могла вплинути війна і ми можемо стверджувати це навіть без контексту, то ми маємо таку статистику: помаранчевий (16), синій (4), червоний (32), жовтий (17), чорний (28), фіолетовий (1), блакитний (15), зелений (4), білий (4).

Отже, як бачимо, найбільше реакцій було наведено на чорний та червоний колір. Так на чорний колір люди частіше давали слова з негативною конотацією, пов'язаною з війною. Найпоширенішими реакціями на червоний колір, пов'язаними з війною, були слова семантичного поля «кров».

Якщо подати цю інформацію у відсотках, то визначаємо, що реакції пов'язані з війною складають 12,7 відсотків від загальної кількості реакцій. Це дає підстави стверджувати, що вплив війни все таки має місце в свідомості українців-переселенців. Але він не переважає за значущістю інші зовнішні фактори впливу.

Ми плануємо продовжувати наше дослідження. Так ми можемо звузити коло респондентів до представників однієї статі або представників однієї вікової групи. Ми можемо порівнювати мовну картину світу жінок та чоловіків, молоді та старшого покоління.

Отже наша робота дала змогу дослідити мовну картину світу українців-переселенців у період повномасштабного вторгнення, оцінити психологічний стан українців, а також визначити рівень впливу воєнних дій на мовну картину світу українських переселенців. Так аналіз результатів дозволяє нам стверджувати, що вплив війни на мовну картину світу не є критичним, але, безумовно, важливим, як й інші зовнішні та внутрішні фактори.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Абрамович М. М. Проблема використання кольору як засобу впливу на емоційний стан людини [Електронний ресурс] / М. М. Абрамович. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: [eprints.zu.edu.ua/3926/1/Абрамович М.М..pdf](http://eprints.zu.edu.ua/3926/1/Абрамович_М.М..pdf)
2. Акуленко А. А. Параметри внутрішнього лексикону дитини шкільного віку : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук : спец. 10.02.01 "Українська мова" / Аліна Анатоліївна Акуленко – Київ, 2007. – 18 с.
3. Асаула М. М. Психо-лінгво-вікові особливості дитячого мовлення / Марина Миколаївна Асаула. // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – 2008. – №53. – С. 109–112.
4. Ашиток Н. І. Мовна картина світу у філософсько-освітньому аспекті / Н. І. Ашиток. // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – 2010. – №2. – С. 40–43.
5. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф. С. Бацевич. – Київ: Академія, 2004. – 342 с.
6. Блажко М. І. Емотиви у відображенні картини світу (на матеріалі короткого оповідання П. Зюскінда "Die taube") / М. І. Блажко. // Література та культура Полісся. – 2019. – №96. – С. 236–245.
7. Бутенко Н. П. Словник асоціативних норм української мови / Н. П. Бутенко. – Львів: Вища школа, 1979. – 120 с.
8. Васянович Є. А. Асоціативний експеримент у період пандемії / Є. А. Васянович, Н. М. Дубовик. // Актуальні питання гуманітарних наук: Міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених

Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. – 2021. – №44. – С. 121–128.

9. Ващенко Г. Виховний ідеал / Григорій Ващенко. – Брюссель, 1976. – 207 с.

10. Веклич Ю. І. Значення кольорів у культурах народів світу у контексті формування соціокультурної компетенції майбутніх учителів початкової школи / Ю. І. Веклич. // Проблеми сучасної педагогічної освіти. Педагогіка і психологія. – 2013. – №39. – С. 56–62.

11. Вишницька Я. С. Особливості вивчення кольору та кольоронімів у мові / Я. С. Вишницька. // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2019. – №40. – С. 19–21.

12. Вітгенштейн Л. Tractatus logico-philosophicus. Філософські дослідження / Л. Вітгенштейн. – Київ: Основи, 1995. – 86 с.

13. Галунова Н. М. Асоціативні зв'язки і мовна картина світу в онтогенезі (україномовні монолінгви та українсько-російські білінгви 3–5 років) : дис. канд. філ. наук : 035.10 / Галунова Наталія Миколаївна – Харків, 2012. – 195 с.

14. Гнатюк Л. П. Мовна свідомість / Л. П. Гнатюк // Українська мова : енциклопедія / Л. П. Гнатюк. – Київ, 2007.

15. Голубовська І. О. Етнічні особливості мовних картин світу / Ірина Олександрівна Голубовська. – Київ: Логос, 2004. – 282 с.

16. Денисевич О. В. Типи вербальних зв'язків в асоціативних полях рекламної лексики / О. В. Денисевич. // Типологія та функції мовних одиниць. – 2016. – №1(5). – С. 41–51.

17. Дзівак О. Про систему назв кольорів у сучасній українській літературній мові / О. Дзівак. // Українське мовознавство. – 1975. – №3. – С. 25–31.

18. Експериментальні методи в психолінгвістиці : методичні вказівки та завдання для студентів IV курсу денної форми навчання спеціальності «Прикладна лінгвістика» / уклад. Н. М. Галунова. – Х. :ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. – 28 с.

19. Жайворонок В. В. Етнолінгвістика в колі суміжних наук / В. В. Жайворонок. // Мовознавство. – 2004. – №5–6. – С. 23–35.

20. Жарноцайова Ж. Методика асоціативного експерименту / Ж. Жарноцайова. // Slavistický ústav Jána Stanislava, V.V.I... – 2020. – №55. – С. 69–81.

21. Ждан А. І. Історія психології. Від Античності до наших днів: Підручник для вузів. - 5-е вид. / А. І. Ждан., 2004. – 576 с.

22. Живіцька І. А. Мовна картина світу як відображення реальності / І. А. Живіцька. // Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. – 2010. – №4. – С. 20–25.

23. Занько Г. П. Основні елементи картини світу українськомовної дитини / Г. П. Занько. // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2014. – №2. – С. 19–23.

24. Заремська І. М. Мовна картина світу як об'єкт лінгвістичних досліджень / І. М. Заремська. // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова: Проблеми граматики і лексикології української мови. – 2011. – №7. – С. 396–402.

25. Іншаков А. Є. Основні засади дослідження колірної лексики в мовознавстві / А. Є. Іншаков. // Science and education a new dimension : Society for cultural and scientific progress in central and eastern Europe. – 2013. – №2. – С. 104–107.

26. Ковальська І. В. Колористика як перекладознавча проблема (на матеріалі українських і англомовних художніх текстів) : автореф. дис.

на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / Ковальська І. В. – Львів, 2001. – 20 с.

27. Козляковський П. А. Загальна психологія: Навч. посібник: / П. А. Козляковський. – Миколаїв: МДГУ ім. Петра Могили, 2004. – 240 с.

28. Кольцов М. О. Проблема методологічного обґрунтування моральної науки у британській філософії XVIII ст. / М. О. Кольцов. // Наукові записки Національного університету "Києво-Могилянська академія". – 2009. – №89. – С. 12–15.

29. Кольцова О. С. Функціонування поняття «емоційний концепт» у сучасній лінгвістичній парадигмі / О. С. Кольцова. // Закарпатські філологічні студії. – 2021. – №19. – С. 150–155.

30. Корнєва Л. Гендерний аспект комунікації / Людмила Корнєва. // Філологічні науки. – 2013. – №13. – С. 106–113.

31. Коханова О. П. Історія психології: від античності до початку XX століття / О. П. Коханова. – Київ: НВП "Інтерсервіс, 2016. – 235 с.

32. Коць Т. А. Мовна свідомість в синхронії та діахронії / Т. А. Коць. // Мовознавство. – 2017. – №1. – С. 49–56.

33. Краснобаєва-Чорна Ж. В. Емотивна картина світу в українській фраземіці: аксіологічний вимір фундаментальних емоцій людини / Ж. В. Краснобаєва-Чорна. // *Studia slavica academiae scientiarum hungaricae*. – 2018. – №63. – С. 321–332.

34. Крисанова Т. А. Сучасний стан розвитку лінгвістики емоцій / Т. А. Крисанова. // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – 2014. – №78. – С. 79–85.

35. Кузнецов Ю. Зигмунд Фройд: народження нової філософії / Юрій Кузнецов. // Психологія і суспільство. – 2016. – №4. – С. 6–16.

36. Лисиченко Л. А. Структура мовної картини світу / Лідія Андріївна Лисиченко. // Мовознавство. – 2004. – №5–6. – С. 36–41.
37. Малес Л. В. Біологічні, психологічні та соціокультурні чинники гендеру / Л. В. Малес // Основи теорії гендеру : навч. посіб. – К. : К.І.С., 2004. – 536 с.
38. Маліченко Є. П. Маркетингові «хитрощі» / Є. П. Маліченко. // Наукові записки. – 2015. – №17. – С. 95–98.
39. Марчук У. Б. Вербальні асоціації у психолінгвістичних дослідженнях / У. Б. Марчук. // Лінгвістичні студії. – 2008. – №16. – С. 19–24.
40. Махнуша С. М. Аналіз бренд-колористики як інструменту впливу на цільову аудиторію бренда / С. М. Махнуша, Н. Є. Косолап. // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №2. – С. 95–104.
41. Музика О. Л. Професійно-орієнтовані завдання з психології для студентів 3 курсу спеціальності 6.030103 «Практична психологія» [Електронний ресурс] / О. Л. Музика. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <https://core.ac.uk/download/42977489.pdf>.
42. Недашківська Т. Є. Вільний асоціативний експеримент як метод наукового дослідження та можливості його застосування для вивчення проблем державної служби / Т. Є. Недашківська. // Вісник НАДУ. – 2013. – №8. – С. 71–79.
43. Недашківська Т. Є. Експеримент у психолінгвістиці (з досвіду роботи) : монографія / Т. Є. Недашківська. – Житомир: Житомирський державний університет ім. І. Франка, 2019. – 230 с.
44. Новосадська О. Б. Співвідношення мовної та концептуальної картин світу / О. Б. Новосадська. // Наукові записки. – 2013. – №33. – С. 112–113.

45. Обуховська О. Семантико-прагматичні особливості кольороназв у романі Наталії Гурницької "Мелодія кави у тональності кардамону": кваліфікаційна (магістерська) робота: 10.02.01 / Обуховська О. – Вінниця, 2020.
46. Отич О. Колір як емоційно-змістовий код культури / О. Отич. // Рідна школа. – 2017. – №1–2. – С. 18–22.
47. Піроженко Т. О. Становлення внутрішньої картини світу дошкільника : монографія / Т. О. Піроженко, С. О. Ладивір, О. О. Вовчик-Блакитна. – Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2012. – 236 с.
48. Погребнюк І. М. Побудова індивідуальних сценаріїв адаптивного навчання в адаптивній гіпер-медіа системі / І. М. Погребнюк. // Збірник наукових праць Дніпродзержинського державного технічного університету. – 2012. – С. 119–124.
49. Рубцов І. В. Колірна номінація у мовній картині світу студентів США / І. В. Рубцов. // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – 2013. – №76. – С. 54–58.
50. Саєвич І. Г. Картина світу і модель світу в лінгвістичних студіях / І. Г. Саєвич. // Мова і культура. – 2012. – №15. – С. 93–99.
51. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / Олена Олександрівна Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2010. – 844 с.
52. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія / Олена Олександрівна Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.
53. Селігей П. О. Структура й типологія мовної свідомості / П. О. Селігей. // Мовознавство. – 2009. – №5. – С. 12–29.
54. Середницька А. Я. Відмінності між мовною і концептуальною картинами світу з погляду сучасного мовознавства / А. Я. Середницька.

// Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2016. – №21. – С. 69–71.

55. Ткаченко Г. В. Асоціативний експеримент як засіб пізнання онімів в когнітивній ономастиці / Г. В. Ткаченко. // Актуальні проблеми слов'янської філології. – 2010. – №23. – С. 454–460.

56. Філон М. І., Крimeць О. М. Наукова картина світу у філософському й лінгвістичному вимірах. Термінологічний вісник: Зб. наук. пр., м. Київ, 2013 р. / ІУМ НАНУ, Київ, 2013.— Вип 2 (1). С. 50–55.

57. Хорошун О. О. Мовна та концептуальна картини світу в дослідженнях сучасної лінгвістичної науки. Глухівські наукові читання-2011: матер. міжнарод. наук.-практ. конф., м. Глухів, 15–17 лист. 2011 р. / РВВ ГНПУ ім. О. Довженка, Глухів, 2011. С. 241–246.

58. Чернишенко І. А. Фактори формування національних мовних картин світу / І. А. Чернишенко. // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. – 2007. – №32. – С. 158–162.

59. Чумак І. О. Вплив кольору товару на психологічне сприйняття споживачів / І. О. Чумак, О. О. Кононова. // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – №3. – С. 486–490.

60. Шевченко Л. І. Колір у науковому опрацюванні А. Вежбицької / Л. І. Шевченко, Д. В. Дергач. // Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур. Пам'яті академіка Леоніда Булаховського. – 2011. – №16. – С. 185–192.

61. Шкоріна І. М. Національно-мовні картини світу: погляд О. О. Потебні / І. М. Шкоріна. // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – 2016. – №74. – С. 43–46.

62. Babbitt E. The principles of light and color / Edwin Babbitt. – New York: Babbitt & Co, 1878. – 560 с.

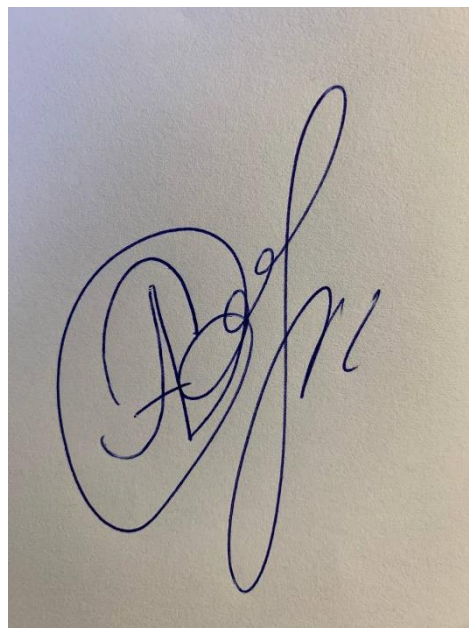
63. Berlin B., Kay P. Basic colour terms: their universality and evolution. Berkley and Los Angeles, California: University of California Press, 1969.

64. Diemer C. Die Licht- und Farbgesetze und ihre therapeutische Anwendung [Электронный ресурс] / Christina Diemer. – 2014. – Режим доступа до ресурсу: <http://akaleku.de/wp-content/uploads/2014/06/Farbklangtherapie.pdf>.

65. Goethe J. W. Zur Farbenlehre / Johann Wolfgang von Goethe. – Tübingen: Cotta, 1810.

66. Whorf B. The Phonetic Value of Certain Characters in Maya Writing / Benjamin Lee Whorf. – Cambridge, 1933. – P. 91 – 96.

11.05.2023



АНОТАЦІЯ

Ряднова А. В. Кольоропозначення у мовній картині світу українців

Об'єктом дослідження є асоціативні зв'язки як оприявлення мовної картини світу українців-переселенців в умовах війни в Україні.

Предметом дослідження стали об'єктивовані асоціативними реакціями кольоропозначення та їхнє місце у мовній картині світу українців, що стали вимушеними переселенцями.

Метою роботи є дослідження мовної картини світу українців та її перевірка на наявність змін, зумовлених повномасштабним вторгненням; вивчення впливу війни на мовну картину світу українців-переселенців та загального стану мовної картини світу українців, які були вимушені змінити місце свого перебування через війну в Україні.

З метою вирішення поставлених завдань було проведено вільний асоціативний експеримент серед українців-біженців. Проаналізувавши отримані реакції, було виявлено, що приблизно 12,7 відсотків мовної картини світу українців-біженців складають семантичні поля, на які простежується вплив війни. Що робить війну важливим, але не критичним і не вирішальним аспектом впливу на мовну картину світу українців, які були вимушені змінити місце свого проживання через бойові дії в Україні.

Summary

Riadnova A. V. Color designation in the language picture of the world of Ukrainians

The object of the study is associative connections as a manifestation of the linguistic picture of the world of Ukrainian migrants in the war in Ukraine.

The subject of the research is color designations objectified by associative reactions and their place in the linguistic picture of the world of Ukrainians who have become migrants under compulsion.

The aim of the work is to study the linguistic picture of the world of Ukrainians and check it for changes caused by a full-scale invasion; study of the impact of the war on the linguistic picture of the world of Ukrainian migrants and the general state of the linguistic picture of the world of Ukrainians who were forced to change their place of residence due to the war in Ukraine.

In order to solve the tasks, a free associative experiment was conducted among Ukrainian refugees. After analyzing received reactions, it was found that about 12.7 percent of the linguistic picture of the world of Ukrainian refugees are semantic fields, which are affected by the war. Such a conclusion makes the war an important, but not critical and not determinative aspect of the impact on the linguistic picture of the world of Ukrainians, who were forced to change their place of residence due to hostilities in Ukraine.